

PODSTAWOWE WSKAŹNIKI

	Zmiana r/r	Prognoza 12 mies.
PLN 9136 Przeciętne mies. wynagrodzenie	▲	▲
€ 180 Czynsz* (mkw./m-c)	▲	▲
6,45% Stopa kapitalizacji	■	▼

Źródło: GUS; Cushman & Wakefield; I kw. 2026;
*czynsze za najlepsze lokale w centrach handlowych

WSKAŹNIKI EKONOMICZNE

	Zmiana r/r	Prognoza 12 mies.
4,0% Wzrost PKB r/r (IV kw. 2025)	▲	■
6,1% Stopa bezrobocia Polska (luty 2026)	▲	■
3,0% Inflacja r/r (marzec 2026)	▼	■
5,0% Wzrost sprzedaży detalicznej r/r (luty 2026)	▲	■

Źródło: GUS

EKONOMIA: DOBRE FUNDAMENTY WZROSTU NA POCZĄTKU 2026 ROKU

W czwartym kwartale 2025 roku PKB Polski wzrósł o 4% rok do roku, co było najlepszym wynikiem od nieco ponad trzech lat i jednym z najwyższych w Unii Europejskiej. Wzrost gospodarczy był napędzany przede wszystkim przez popyt krajowy (+4,3% r/r) oraz inwestycje, które zwiększyły się o 4,7% r/r. Inflacja w marcu 2026 r. przyspieszyła do 3,0% r/r. Wzrost ten wynikał głównie z napięć geopolitycznych. Oczekuje się jednak, że w kolejnych miesiącach dynamika cen może ponownie wyhamować. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw wzrosło w lutym nominalnie o 6,1% r/r.

PODAŻ: PIERWSZY KWARTAŁ ZAMYKA SIĘ Z SOLIDNYM WYNIKIEM PODAŻY NA POZIOMIE OK. 73 TYS. MKW.

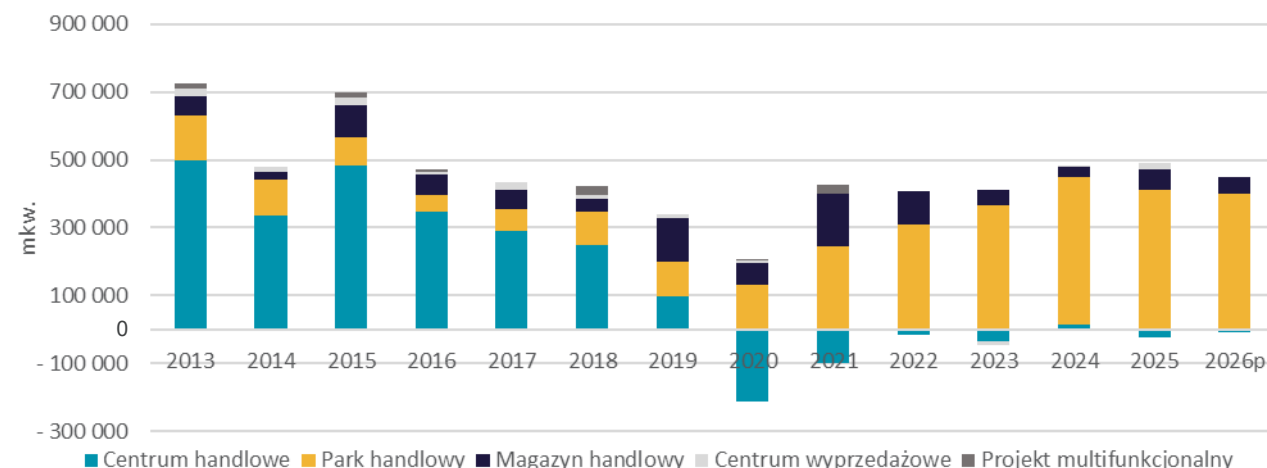
W pierwszym kwartale 2026 roku deweloperzy oddali do użytkowania 73 tys. mkw. nowoczesnej powierzchni handlowej. To wynik wyraźnie lepszy niż w analogicznym okresie 2025 roku, kiedy na rynek trafiło 47 tys. mkw., choć nieco niższy niż w pierwszym kwartale 2024 roku (89 tys. mkw.). Statystyki podaży obejmują obiekty o powierzchni powyżej 5000 mkw. GLA i uwzględniają nowe budynki, ale także rozbudowy i przebudowy.

Analiza statystyk za pierwszy kwartał wskazuje, że około połowa nowo dostarczonej powierzchni handlowej powstała w wyniku rozbudowy istniejących obiektów – takich projektów zrealizowano siedem. W tym samym okresie oddano do użytkowania pięć nowych inwestycji – wszystkie w formie parków handlowych, zlokalizowanych w Bochni, Bogatyni, Tomaszowie Lubelskim, Tarnobrzegu i Żyrardowie. Wszystkie nowe obiekty powstały w miastach liczących poniżej 50 tys. mieszkańców. Z kolei rozbudowy koncentrowały się przede wszystkim w największych aglomeracjach, powyżej 400 tys. mieszkańców. Na uwagę zasługuje również obserwowana tendencja do zmniejszania skali nowych inwestycji handlowych. Analiza danych dla pierwszych kwartałów ostatnich lat pokazuje systematyczny spadek średniej powierzchni oddawanych nowych budynków – z około 11 tys. mkw. w 2024 roku, przez 8,2 tys. mkw. w 2025 roku, do 7,2 tys. mkw. w 2026 roku. Całkowita nowoczesna powierzchnia handlowa w Polsce sięga obecnie ok. 17,3 mln mkw. GLA.

WYJĄTKOWO WYSOKA SKALA PODAŻY W BUDOWIE

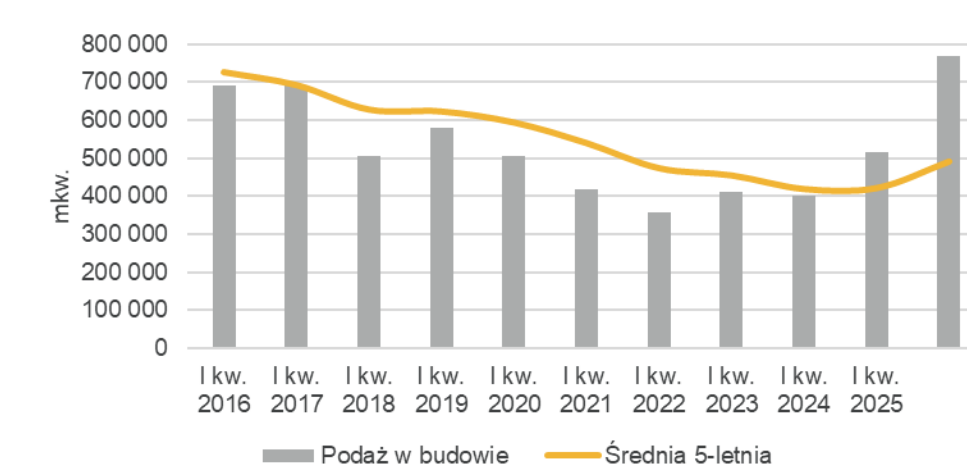
Zgodnie ze stanem na koniec pierwszego kwartału w budowie pozostawało aż 770 tys. mkw. GLA powierzchni handlowej. Jest to bezprecedensowy rekord od ponad dekady na polskim rynku handlowym. Pomimo że deweloperzy i inwestorzy uważnie analizują zasadność powstawania nowych inwestycji, należy mieć na uwadze, że wraz ze wzrostem podaży ruch klientów oraz obroty będą rozkładać się na większą liczbę obiektów, co w dłuższej perspektywie może przełożyć się na spadki w wynikach osiągniętych przez pojedyncze centra i parki handlowe.

PODAŻ NOWOCZESNEJ POWIERZCHNI W PODZIALE NA FORMATY



Źródło: Cushman & Wakefield, p-prognoza * Na wykresie uwzględniono otwarcia i zamknięcia obiektów

POWIERZCHNIA HANDLOWA W BUDOWIE



Źródło: Cushman & Wakefield

POPYT: CZTERY NOWE SIECI HANDLOWE W POLSCE W PIERWSZYM KWARTALE

Rok 2026 rozpoczyna się debiutem czterech nowych marek handlowych, które otworzyły w naszym kraju swoje pierwsze sklepy stacjonarne. Polska przywitała następujące brandy: Lululemon (odzież sportowa, pierwszy sklep w Westfield Arkadia), Yavorska (polska marka modowa z debiutem w Klif Gdynia), iLunch (litewska sieć gastronomiczna, otwarcie w Olivia Centre w Gdańsku), XIMI-V (azjatycka marka lifestyle'owa z akcesoriami, która pojawiła się w Blue City w Warszawie).

SPRZEDAŻ DETALICZNA: OBIECUJĄCY START 2026 ROKU

Początek 2026 roku przyniósł kontynuację pozytywnych trendów w handlu detalicznym, a sprzedaż w cenach stałych utrzymała dodatnią dynamikę. Z dostępnych danych GUS obejmujących obecnie dwa miesiące pierwszego kwartału wynika, że styczeń przyniósł wzrost sprzedaży o 4,4% r/r, natomiast w lutym tempo wzrostu dodatkowo przyspieszyło do 5,0% r/r. W pierwszym kwartale 2026 r. najsilniejsze wzrosty ponownie koncentrowały się w segmentach istotnych z punktu widzenia funkcjonowania centrów handlowych. W lutym sprzedaż w kategorii Meble, RTV, AGD zwiększyła się o 7,3% r/r, natomiast w grupie Tekstylia, odzież, obuwiu odnotowano wzrost na poziomie 9% r/r. Po okresie słabszych wyników poprawa objęła również kategorię Żywność, napoje i wyroby tytoniowe, w przypadku których sprzedaż wzrosła o 1,1% r/r. Jedynym segmentem notującym spadki pozostawały Prasa i książki (-4,7% r/r).

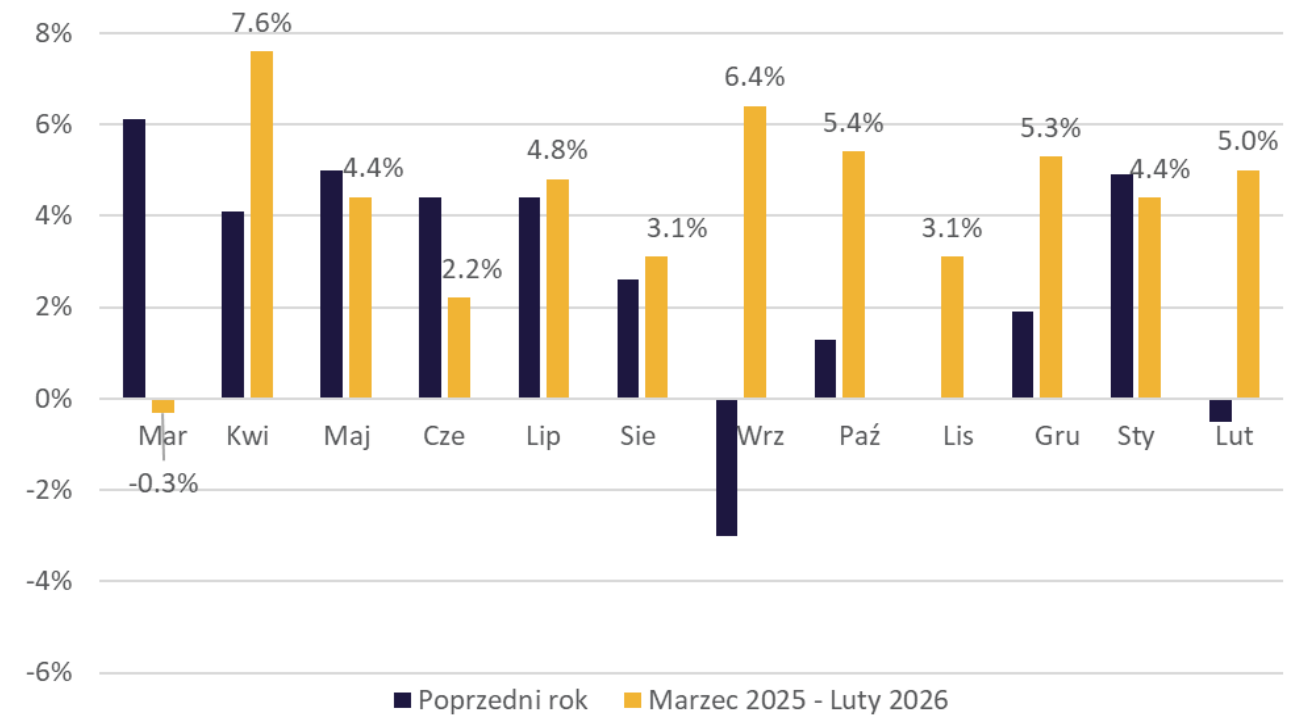
Struktura wzrostu wskazuje, że w pierwszych miesiącach 2026 roku popyt konsumencki pozostawał szczególnie silny w segmencie dóbr nieżywnościowych, co sprzyjało poprawie wyników sprzedażowych w obiektach handlowych.

WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ: POCZĄTEK ROKU POD ZNAKIEM OSTROŻNOŚCI

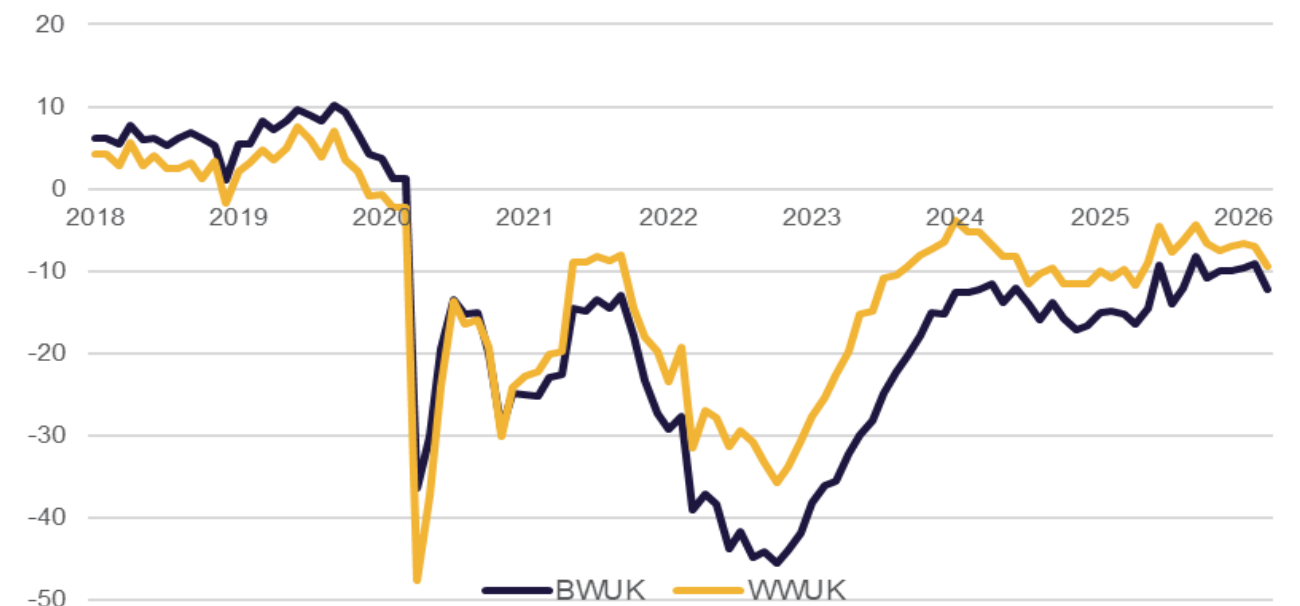
Marzec 2026 przyniósł pogorszenie nastrojów konsumenckich. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) spadł do poziomu -12,2, co oznacza pogłębienie pesymizmu wśród konsumentów i przerwanie wcześniejszego trendu poprawy. Wskaźnik wyprzedzający (WWUK) również zanotował spadek, osiągając wartość -9,5, co wskazuje na rosnącą ostrożność w oczekiwaniach dotyczących przyszłej sytuacji gospodarczej i konsumpcji, związaną zapewne m.in. z wysokimi cenami paliw i sytuacją geopolityczną niesprzyjającą planowaniu większych wydatków. Dane GUS pokazują, że fundamenty nastrojów konsumenckich są coraz bardziej zróżnicowane. W marcu konsumenci pozytywnie oceniali swoją bieżącą sytuację finansową, której wskaźnik osiągnął wartość +31,7. Również przewidywania dotyczące przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (+14,0) oraz skłonność do oszczędzania (+13,5) pozostały na relatywnie wysokim poziomie. Jednocześnie jednak respondenci negatywnie oceniali zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju – zarówno w ujęciu bieżącym (-22,4), jak i przyszłym (-24,1). Wskaźnik dotyczący planowania większych zakupów utrzymał się na niskim poziomie (-26,9).

Na tle Europy Polska nadal prezentuje się relatywnie dobrze. W marcowym badaniu Eurostatu wskaźnik ufności konsumenckiej dla Polski wyniósł -2,0, podczas gdy średnia dla całej Unii Europejskiej spadła do -15,5. To potwierdza, że polscy konsumenci pozostają jednymi z najbardziej optymistycznych w regionie, mimo pogorszenia nastrojów. Relatywna odporność na zewnętrzne wstrząsy gospodarcze może świadczyć o wysokiej stabilności krajowego rynku pracy i sytuacji dochodowej gospodarstw domowych.

**SPRZEDAŻ DETALICZNA
(ZMIANA % R/R; W CENACH STAŁYCH)**



**BIEŻĄCY I WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
2018-2026**



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych GUS

ODWIEDZALNOŚĆ I OBROTY: MOCNY PIERWSZY KWARTAŁ

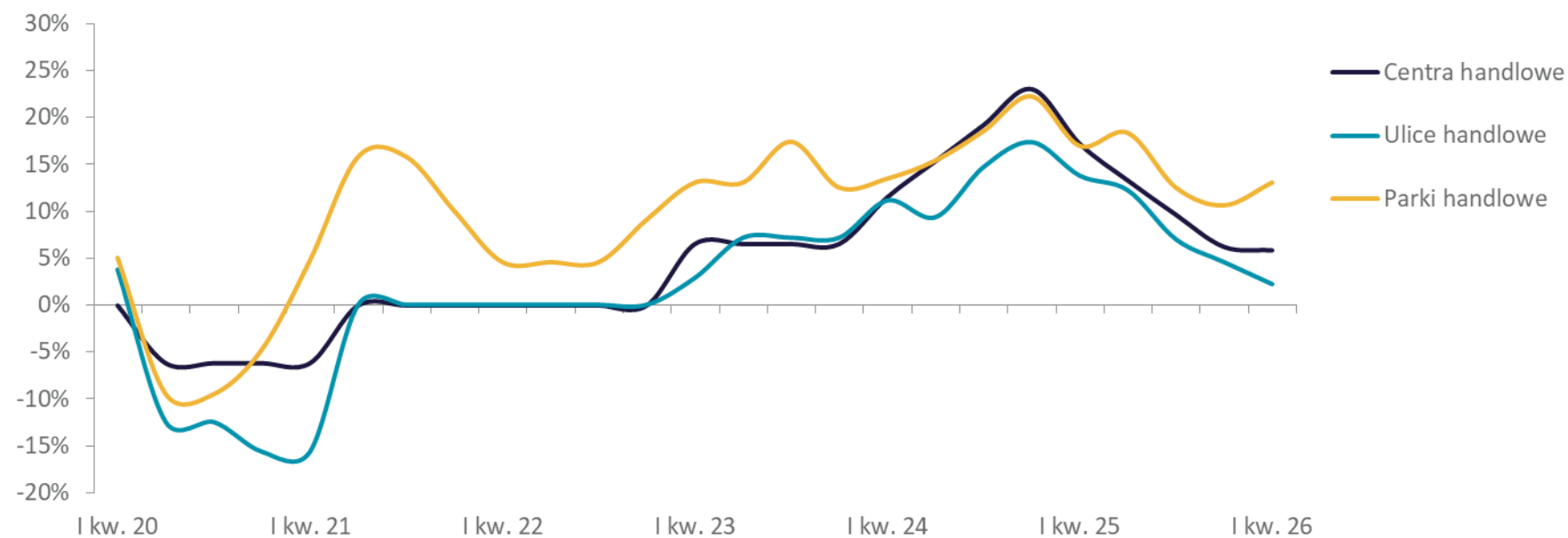
Odwiedzalność centrów handlowych w pierwszym kwartale 2026 roku utrzymuje się na podobnym poziomie do roku 2025. Po ujemnym wyniku w całym 2025 roku (-0,6% rok do roku), pierwszy kwartał 2026 odnotował delikatną poprawę wskaźnika odwiedzalności, przekraczając liczbę odwiedzających sprzed roku o 1,3%. Marzec był najlepszym miesiącem w tym kwartale pod względem odwiedzalności (3,4% wzrostu rok do roku).

Mocniejsze odbicie odnotowały obroty najemców centrów handlowych w pierwszych dwóch miesiącach roku. W styczniu 2026 wzrost wyniósł prawie 8,5%, natomiast w lutym przekroczył 4% co, biorąc pod uwagę wskaźniki wzrostu cen w tych miesiącach na poziomie 2,1% oznacza realne wzrosty obrotów najemców.

CZYNsze W OBIEKTACH PRIME: ŚREDNIO 180 EUR/ MKW. ZA NAJLEPSZE LOKALE O POWIERZCHNI OK. 100 MKW. W CENTRACH HANDLOWYCH

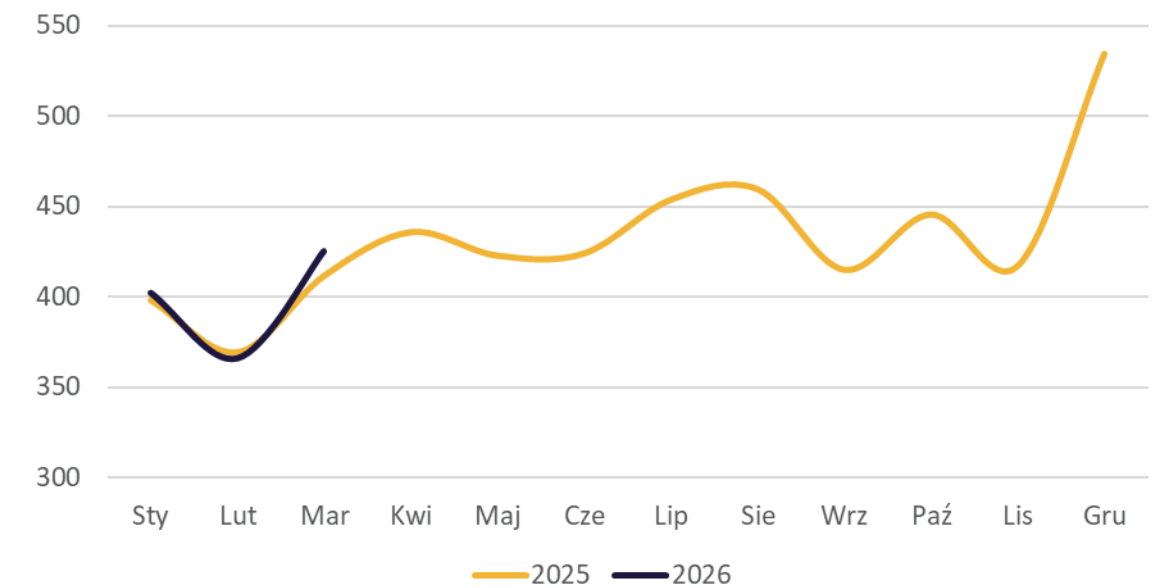
Czynsze w najlepszych obiektach handlowych w Polsce odnotowały wzrost w pierwszym kwartale. W przypadku centrów i parków handlowych dynamika ta przekroczyła inflację, która stanowi podstawę indeksacji w umowach najmu. Na początku 2026 roku indeksacja czynszów wyniosła bowiem 1,9%–2,1% dla stawek w walucie euro oraz 3,6% w przypadku umów w złotówkach, zgodnie ze wskaźnikiem GUS-u. Poziom czynszów w centrach handlowych jest istotnie wyższy niż w parkach handlowych. W pierwszym kwartale dla flagowych obiektów czynsz prime sięgnął 180 EUR/mkw. dla najlepszych lokali o powierzchni ok. 100 mkw. w galeriach handlowych, zaś w najlepszych regionalnych parkach handlowych wyniósł ok. 19,5 EUR/mkw.

CZYNsze ZA NAJLEPSZE LOKALE, ZMIANA R/R

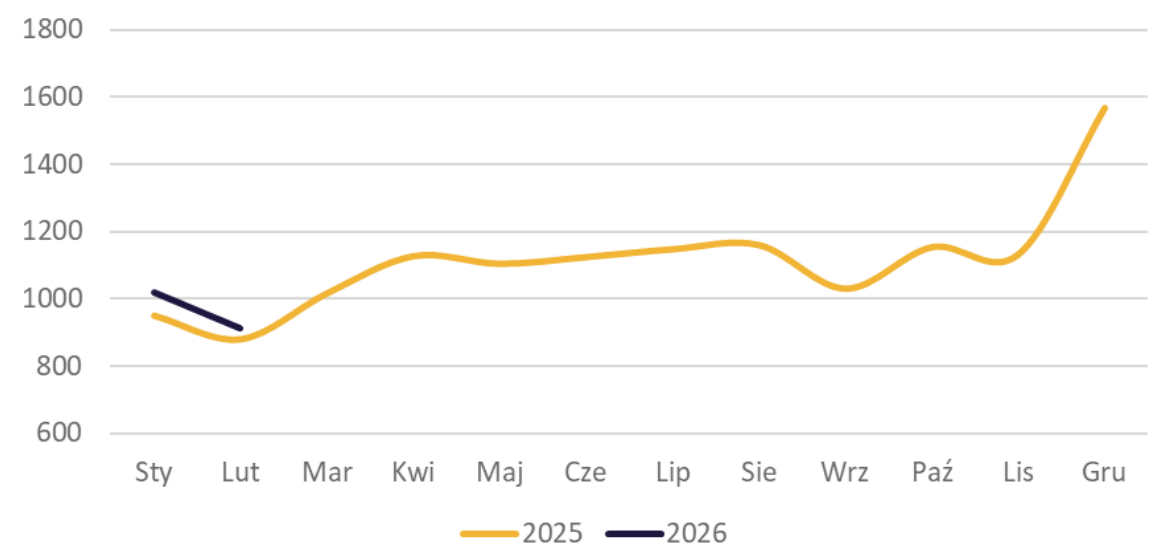


Źródło: Cushman & Wakefield

ODWIEDZALNOŚĆ CENTRÓW HANDLOWYCH (ŚREDNIA LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH NA 1 CENTRUM; W TYSIĄCACH)



OBROTY NOMINALNE W CENTRACH HANDLOWYCH (PLN/ MKW.)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych PRCH

RYNEK KAPITAŁOWY

W pierwszym kwartale 2026 roku odnotowano 10 transakcji w sektorze handlowym o łącznej wartości prawie 318 mln EUR. Dla porównania w pierwszym kwartale poprzedniego roku zawarto 20 transakcji, ale łączny wolumen był niższy i wynosił 204 mln EUR. Na tle średniej z ostatnich pięciu lat wynik osiągnięty w I kw. 2026 roku w sektorze handlowym był o około 10% wyższy.

Sektor handlowy odpowiadał w pierwszym kwartale 2026 roku za 30% transakcji pod względem wolumenu. Dla porównania sektor biurowy odpowiadał za 23%, a logistyczny za 42%.

Największym wydarzeniem na rynku handlowym w pierwszym kwartale 2026 roku był zakup portfela centrów Ceetrus/Auchan przez węgierski fundusz Adventum. Transakcja o łącznej wartości 187 mln EUR objęła 8 lokalizacji w Polsce i została zrealizowana w formule sale and leaseback. W ramach umowy Auchan pozostanie najemcą we wszystkich obiektach przez 15 lat.

Drugą co do wielkości transakcją był zakup siedmiu parków handlowych z portfela TREI przez Slate & Ares, co stanowiło sfinalizowanie zakupów rozpoczętych w poprzednim roku. Wartość transakcji wyniosła 61 mln EUR.

Powyższe dane potwierdzają, że rynek nieruchomości handlowych jest nadal atrakcyjny, a coraz większym zainteresowaniem cieszą się transakcje portfeli kilku lub kilkunastu obiektów.

Powyższe wyniki potwierdzają niesłabnącą atrakcyjność polskiego rynku nieruchomości handlowych. Zgodnie z ogólnoeuropejskim trendem utrzymuje się silne zainteresowanie inwestorów parkami handlowymi.

Warto również podkreślić, że rynek wchodzi w 2026 rok z istotnym pipeline’em projektów handlowych, które rozpoczęły się pod koniec 2025 roku i można się spodziewać większej liczby transakcji w kolejnym kwartale. Wszystko wskazuje na to, że 2026 rok przyniesie rynkowi nową dynamikę, a finalny wolumen transakcji w sektorze handlowym znacząco przewyższy ubiegłoroczne 859 mln EUR.

RYNEK DŁUŻNY

Coraz większa liczba banków podążając za wzrastającym apetytem inwestorów jest aktywna w finansowaniu sektora handlowego. Szczególnie interesujące aktywa dla banków to portfele retail parków lub dominujących centrów handlowych, zarówno w dużych, jak i średnich miastach. Istotnym dla banków elementem brany pod uwagę przy udzielaniu finansowania w tym sektorze jest doświadczenie inwestora, gdyż sukces obiektu w dużej mierze zależy od jakości zarządzania i umiejętności przyciągania odpowiednich najemców. Średni poziom finansowania to 50%-60% wartości rynkowej nieruchomości z amortyzacją oraz marżą ściśle uzależnioną od jakości budynku, poziomu obłożenia i średnioważonego okresu najmu. Średni poziom marży dla dobrze prosperujących nieruchomości utrzymuje się w dalszym ciągu na poziomie ok. 2% p.a., a dla nieruchomości typu prime może być niższy o kilkanaście do kilkudziesięciu punktów bazowych.

Elementy ESG są dalej istotne przy podejmowaniu decyzji kredytowej, szczególnie w związku z ostatnimi zmianami wytycznych Europejskiego Nadzoru Bankowego, gdzie elementem brany pod uwagę przez banki przy ocenie konkretnego projektu jest nie tylko poziom energii pierwotnej i strategia ESG oraz planowana ścieżka dekarbonizacyjna w przypadku starszych budynków, ale także zagrożenia środowiskowe i wpływ zmian klimatycznych.

STOPY KAPITALIZACJI DLA NAJLEPSZYCH OBIEKTÓW:

Centrów handlowych

6,45%

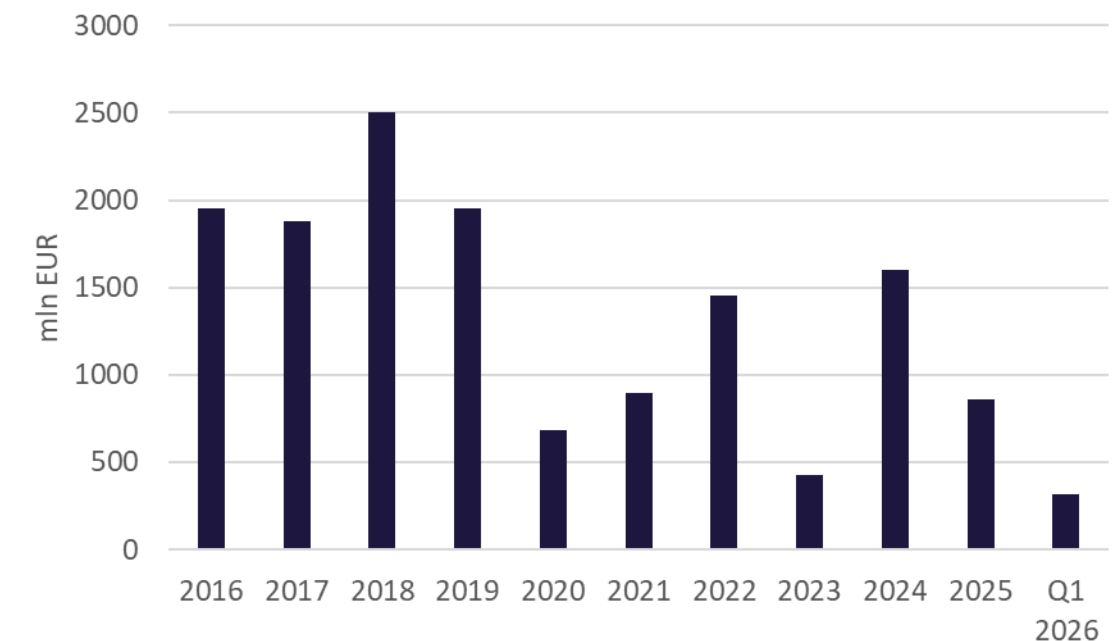
Parków handlowych

6,95%

Magazynów handlowych

6,65%

WOLUMEN INWESTYCYJNY W SEKTORZE HANDLOWYM



Źródło: Cushman & Wakefield

WYBRANE NOWE OBIEKTY HANDLOWE OTWARTE W I KW. 2026 ROKU

OBIEKT / MIASTO	FORMAT	DEWELOPER	POWIERZCHNIA HANDLOWA (mkw.)
Agata Meble / Mysiadło	Magazyn handlowy	Agata Meble	15 900
M Park / Bogatynia	Park handlowy	LCP Properties	8 200
KP Park / Tomaszów Lubelski	Park handlowy	KP Inwestycje	8 000
Osada Park Handlowy / Żyrardów	Park handlowy	Mabrok	7 150
Pasaż Dominikański / Tarnobrzeg	Park handlowy	Wo-Kar	6 400

NAJWIĘKSZE WYBRANE OBIEKTY HANDLOWE W BUDOWIE Z TERMINEM OTWARCIA NA II KW. 2026 ROKU

OBIEKT	MIASTO	FORMAT	POWIERZCHNIA HANDLOWA (mkw.)	DEWELOPER
BIG Dzierżoniów	Dzierżoniów	Park handlowy	16 800	Mabrok / Retail Invest
Comfy Park	Bydgoszcz	Park handlowy	16 000	Redkom
Park handlowy Wojska Polskiego	Zawiercie	Park handlowy	16 000	PKB Inwest Budowa
Park Handlowy Sekunda	Włoszczowa	Park handlowy	10 200	Quantum
Eurobud Park	Pruszcz Gdański	Park handlowy	10 000	Eurobud Chajewscy/ BP Zygzuła

STATYSTYKI DOTYCZĄCE RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH

AGLOMERACJA	WSZYSTKIE FORMATY HANDLOWE (mkw.)	CENTRA HANDLOWE (mkw.)	NASYCENIE POWIERZCHNIĄ W CENTRACH HANDLOWYCH (mkw./ 1000 MIESZK.)	STOPA KAPITALIZACJI ZA NAJLEPSZE OBIEKTY
Warszawa centrum				6,45%
Warszawa poza centrum	2 427 200	1 415 800	504	7,00%
Aglomeracja Śląska	1 599 700	994 700	502	7,00%
Trójmiasto	993 500	630 800	563	6,90%
Poznań	889 200	631 800	718	7,00%
Wrocław	883 200	527 400	589	6,70%
Kraków	814 700	540 500	477	6,90%
Łódź	709 700	514 600	573	6,90%
Szczecin	478 600	264 600	502	7,45%
Polska	17 309 300	10 483 600	280	6,45%

Źródło: Cushman & Wakefield

AUTORZY PUBLIKACJI

EWA DERLATKA-CHILEWICZ

Associate Director, Head of Research
Tel: +48 606 116 006
ewa.derlatka-chilewicz@cushwake.com

EWELINA STARUCH

Senior Analyst, Strategic Consulting & Research
Tel: +48 722 250 076
ewelina.staruch@cushwake.com

NATALIA WOŁYNIEC

Consultant, Capital Markets
Tel: +48 884 202 039
natalia.wolyniec@cushwake.com

MIRA KANTOR-PIKUS

Partner, Equity, Debt & Alternative Investments, Capital Markets
Tel: +48 601 857 239
mira.kantor@cushwake.com

TADEUSZ BELLABY

Junior Analyst, Research
Tel: +48 668 268 193
tadeusz.bellaby@cushwake.com

NASZE USŁUGI DLA NAJEMCÓW I WŁAŚCICIELI POWIERZCHNI HANDLOWYCH

DZIAŁ WYNAJMU POWIERZCHNI HANDLOWYCH

MICHAŁ MASZTAKOWSKI

Head of Retail Agency
Tel: +48 500 151 189
michal.masztakowski@cushwake.com

ZARZĄDZANIE NIERUCHOMOŚCIAMI

AGNIESZKA BOBELA-MUSIAŁ

Regional Shopping Center Director
Tel: +48 607 108 012
agnieszka.bobela@eur.cushwake.com

RYNKI KAPITAŁOWE

ALEKSANDRA WŁODARCZYK

Associate, Capital Markets
Tel: +48 722 202 219
aleksandra.wlodarczyk@cushwake.com

BADANIA I ANALIZY RYNKOWE

EWA DERLATKA-CHILEWICZ

Associate Director, Head of Research
Tel: +48 606 116 006
ewa.derlatka-chilewicz@cushwake.com

WYCENY NIERUCHOMOŚCI

MARCIN MALMON

Head of Valuation & Advisory
Tel: +48 884 202 238
marcin.malmon@cushwake.com

ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI I USŁUGI PROJEKTOWE

MARCIN GOLLY

Associate, Head of Project Management Poland
Tel: +48 668 213 141
marcin.golly@cushwake.com

DORADZTWO STRATEGICZNE I ESG

KATARZYNA LIPKA

Head of Strategic Consulting & ESG Advisory, ESG Lead
Tel: +48 606 993 860
katarzyna.lipka@cushwake.com

PUBLIKACJA CUSHMAN & WAKEFIELD

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) jest wiodącą na świecie firmą świadczącą usługi na rynku nieruchomości komercyjnych na rzecz najemców i inwestorów. Zatrudnia ok. 53 tys. pracowników w ponad 350 biurach i niemal 60 krajach na całym świecie. W 2025 roku jej przychody wyniosły 10,3 mld USD. Do najważniejszych usług świadczonych przez firmę należą m.in. zarządzanie nieruchomościami, obiektami i projektami, pośrednictwo w wynajmie powierzchni, obsługa transakcji na rynkach kapitałowych oraz wyceny. Za nieustanne dążenie do doskonałości zgodnie z zasadą Better never settles Cushman & Wakefield otrzymuje wiele wyróżnień oraz nagród w konkursach branżowych i biznesowych. Dodatkowe informacje na stronie www.cushmanwakefield.com.

©2026 Cushman & Wakefield, wszystkie prawa zastrzeżone. Publikacja może zawierać błędy lub pominięcia, a szczegóły w niej przedstawione mogą ulec zmianie lub być wycofane bez zawiadomienia. Publikacja może podlegać szczególnym warunkom w zakresie publikacji informacji, ustanawianym przez osoby trzecie.